



**POCAS** cosas muy **Importantes** - Septiembre



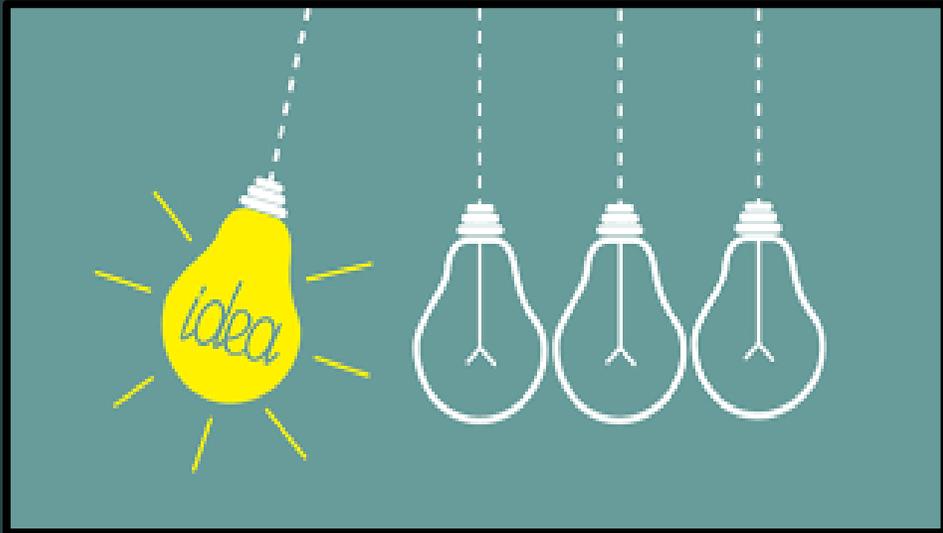


# La sección de bienvenida I

*Solución a preguntas y problemas,  
La hospitalidad de Dunn*



# 1. La Sección de Bienvenida

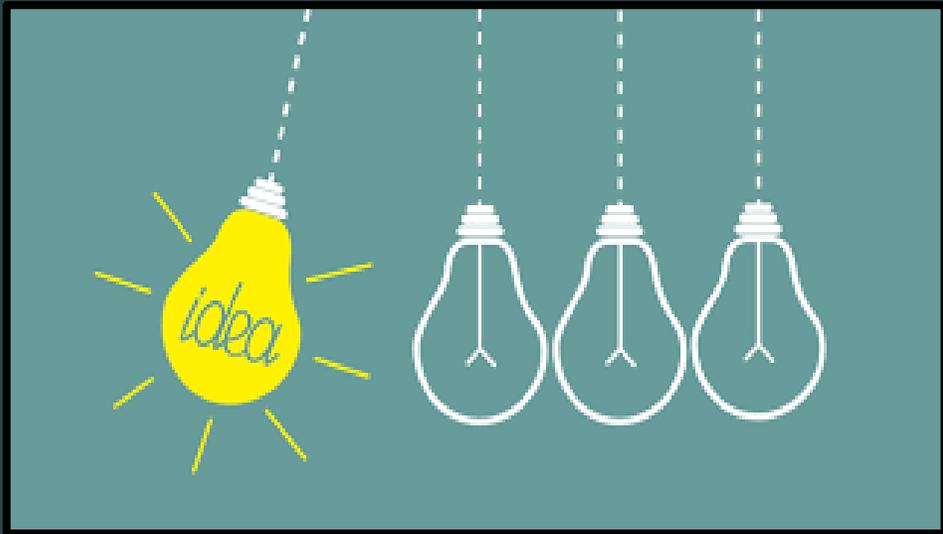


Una manera innovadora de descubrir si estas haciendo un buen trabajo en la atención de Visitantes, es convertir tus propios empleados en Visitantes. Los nuevos empleados del **Hotel Four Seasons**, son enviados por un fin de semana a uno de los Hoteles para experimentar un servicio 5 estrellas de primera mano.

John Young, ejecutivo de **Four Seasons** contó lo siguiente:



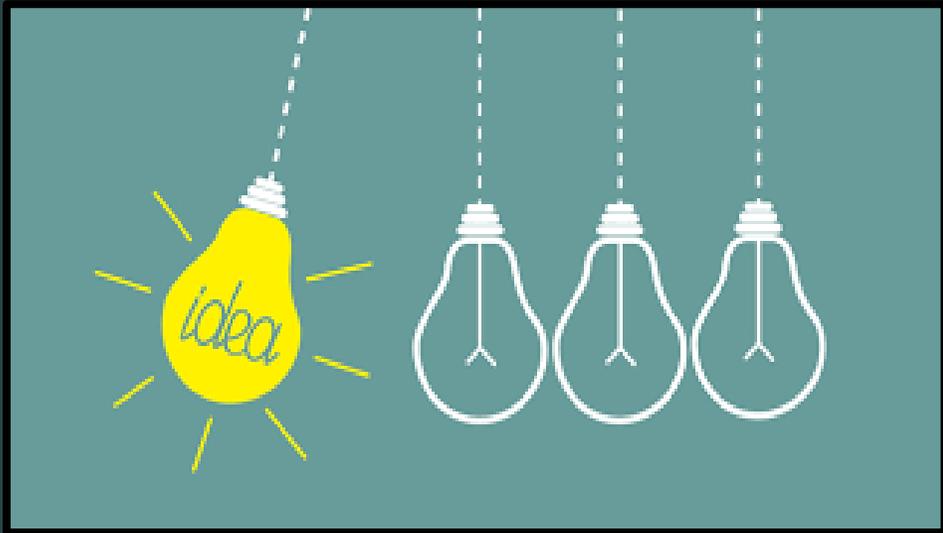
# 1. La Sección de Bienvenida



La **Orientación** (proceso de inducción) es probablemente el programa más grande de entrenamiento, el cual contiene el mensaje necesario sobre nuestra Cultura. Se extiende a lo largo de los tres primeros meses de contratación. Hay siete etapas de la Orientación y el evento culminante es la **Prueba Juicio**. Cada nuevo empleado tiene la posibilidad de alojarse en uno de nuestros hoteles como si fueran un huésped. Todos, desde el lavavajillas hasta los cargos más altos de la organización.



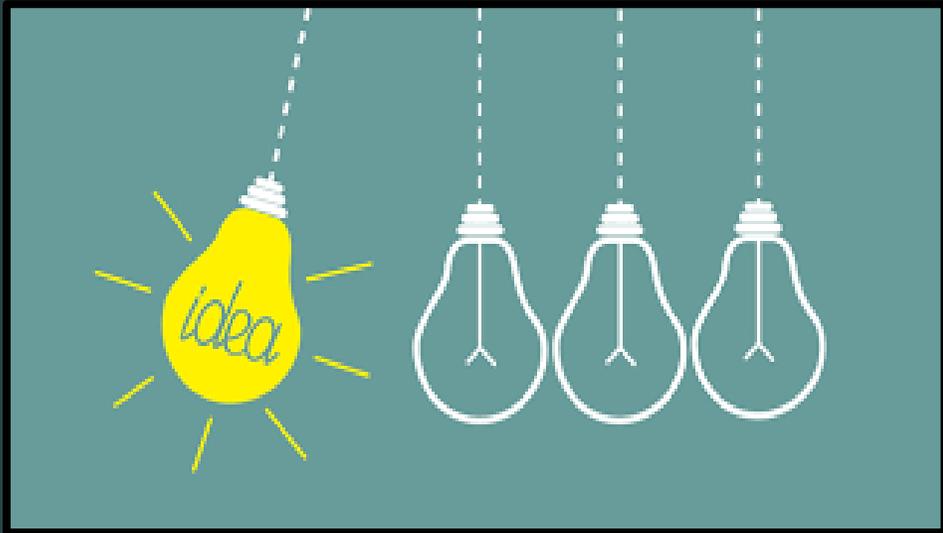
# 1. La Sección de Bienvenida



*Creemos que eso es muy importante porque muchos de nuestros empleados no han tenido la oportunidad de alojarse en un hotel de cinco estrellas, y que simplemente no pueden permitirse el lujo de hospedarse en nuestras propiedades. Después de la **Orientación**, tienen privilegios de grupo complementarios, por lo que tienen la oportunidad de alojarse en cualquiera de nuestros Hoteles alrededor de todo el mundo. En la **Prueba Juicio**, ellos completan un cuestionario bastante extenso de servicio al huésped que cita a nuestros altos estándares. Luego se califica su experiencia en comparación con esos estándares.*



# 1. La Sección de Bienvenida



Podemos estar seguro de que en **Four Season** harán cualquier cosa que este a su alcance para resolver un problema que un empleado encuentre, al igual que lo harían con un huésped.



## 2. Solución a Preguntas y Problemas



Una de las mejores maneras de saber a ciencia cierta si los clientes realmente cuentan, es evaluar cómo una organización se ocupa de los problemas y las quejas. En uno de nuestros retiros, hemos aprendido de un participante cuya hija administra una tienda Retail ubicada en Arizona, que la empresa donde trabaja despedirá a un administrador de tienda que reciba tres quejas sin respuesta de sus clientes.



## 2. Solución a Preguntas y Problemas



Al principio, estábamos algo sorprendidos por la gravedad de esta práctica, pero después de un poco de investigación sobre los efectos de las quejas de los clientes en la línea inferior, nos dimos cuenta de que la política tiene mucho sentido.



## 2. Solución a Preguntas y Problemas



El Programa de Asistencia Técnica Corporación de Washington, DC (The Technical Assistance Research Programs Corporation of Washington, DC.), que publica estadísticas sobre las quejas de los clientes, se ha encontrado que por cada queja de un cliente que recibe una organización, hay otros 26 clientes insatisfechos que van a permanecer en silencio.



## 2. Solución a Preguntas y Problemas



Cada uno de los 27 clientes insatisfechos le dirá de 8 a 16 nuevos clientes acerca de la experiencia, y el 10 por ciento le dirá más de 20 clientes potenciales.



## 2. Solución a Preguntas y Problemas



Si hacemos cuentas, encontramos que tres quejas se traducen en más de 1000 clientes potenciales escuchando sobre el mal servicio que una empresa proporciona. Ninguna empresa puede permitirse el lujo de quedarse de brazos cruzados al manejar quejas de clientes.



## 2. Solución a Preguntas y Problemas



Los resultados de un estudio reciente de servicio al cliente llevado a cabo por Coldwell Banker indicó "una fuerte correlación entre la calidad del servicio al cliente de la compañía y su éxito a largo plazo".



## 2. Solución a Preguntas y Problemas



Los resultados también revelaron que un consumidor típico cambió la empresa con la que se relacionaba dos veces en los últimos tres años a causa del "mal servicio". Cuando se les pidió definir las diferencias entre grandes y malos servicios, los consumidores clasificaron las características principales de las empresas con "gran servicio" de la siguiente manera:



## 2. Solución a Preguntas y Problemas



- Resolución de preguntas y problemas (66%)
- Conocimiento del producto o servicio (49%)
- Siendo fácil de llegar (a los consumidores) (35%)
- Entender los requisitos (35%)



### 3. ¿Cliente o Visitante?



Nos han cautivado muchas veces por una excepcional atención a los problemas y quejas de los invitados de Disney. Un ejemplo ocurrió cuando estábamos visitando Disney World con un grupo de clientes:



### 3. ¿Cliente o Visitante?



Después de registrarnos en el hotel, rápidamente nos fuimos a cenar. Como íbamos en uno de los autobuses internos del parque que traslada los visitantes a Disney World, el conductor nos preguntó cómo eran las habitaciones.



### 3. ¿Cliente o Visitante?



Uno de nuestros clientes ha mencionado que el grifo en el lavado de su baño tenía un goteo molesto, y agregó que no había tenido tiempo de informar de ello a mantenimiento. *"Señor, yo me encargo de eso por usted"* le aseguró el conductor.



### 3. ¿Cliente o Visitante?



Cuando volvimos de cenar alrededor de las 10pm, el grifo fue arreglado. Y luego, más impresionante aún, poco después, el conductor se presentó en su tiempo libre para asegurarse de que el problema había sido solucionado. Este es el nivel de servicio al que debe apuntar cuando se pide al equipo de trabajo tratar a cada huésped como un *Visitante* en sus propios hogares.



### 3. ¿Cliente o Visitante?



El conductor del autobús estaba verdaderamente comprometido a hacer de la experiencia del huésped la mejor que pueda ser.

Eso es servicio con una "S" mayúscula



## 4. La Hospitalidad de Dunn



John Dunn es presidente y CEO de Dunn Hospitality Group (DHG), una compañía privada que posee y gestiona 19 propiedades hoteleras del Medio Oeste, principalmente marcas de Marriott y el Holiday Inn. En nuestro trabajo con John, nos quedamos impresionados por el ambiente cálido y más acogedor de sus propiedades.



## 4. La Hospitalidad de Dunn



Sin pretensión, sin congestión, sino simplemente un compromiso de ofrecer a los huéspedes un alojamiento confortable a precios asequibles con un personal dedicado al servicio de sus necesidades.



## 4. La Hospitalidad de Dunn



John se inspiró para crear una declaración de misión y códigos de conducta. Admite que se trata de la importancia de utilizar la declaración de misión y códigos de conducta en nuestra vida diaria y en la hospitalidad de Dunn. Conseguir que todos estén en la misma página es difícil, pero el sueño de lograrlo y creer en los principios, ayuda a cumplirlo.



## 4. La Hospitalidad de Dunn



Como Disney, (DHG) tiene una gran reputación para el manejo de quejas. Cada empleado tiene responsabilidades muy específicas, pero una queja de un huésped es propiedad del empleado que la recibe, no importa el área de responsabilidad donde pertenezca la queja.



## 4. La Hospitalidad de Dunn



Si alguna vez se quejaron a un empleado de recepción por la falta de café en su seminario de la mañana o por la falta de papel higiénico en su habitación, la respuesta a la mayoría de los hoteles era probablemente algo así como "debe hablar con el gerente de banquetes" o "servicio de limpieza se encarga de eso"



## 4. La Hospitalidad de Dunn



En un hotel Dunn, sin embargo, cualquier queja se resuelve directamente por la persona que la recibe, sea administrador, de recepción, un botones o un ama de llaves. Podemos contar con eso.



# 4.1 Códigos de Conducta de Dunn



**Trabajamos mientras que otros disfrutan de su estancia**

- Estamos abiertos 365 días al año en todo tipo de clima; comodidad para nuestros visitantes es nuestro objetivo.
- Estamos aquí para facilitar las cosas a nuestros visitantes.



# 4.1 Códigos de Conducta de Dunn



## Creamos un ambiente agradable

- Dos deberes: Practicar una sonrisa; utilizar frases amables
- Mantener una apariencia limpia y profesional.
- Nunca quejarse o comentar problemas personales.



# 4.1 Códigos de Conducta de Dunn



## Conocemos las respuestas

- Cualquier pregunta, encontrar la respuesta
- No enviar a sus visitantes en círculos.
- Eliminar las transferencias de llamadas o personas cuando sea posible.



# 4.1 Códigos de Conducta de Dunn



## Le damos el toque personal

- Tratar a cada visitante como un individuo especial.
- Una experiencia personal, buena o mala, puede hacer la mayor impresión.
- Use el nombre del visitante siempre que sea posible.



# 4.1 Códigos de Conducta de Dunn



## Conocemos nuestros roles

- Todos comprendemos y nos esforzamos para alcanzar los objetivos del equipo de trabajo.
- Mantener los niveles inflexibles de limpieza de nuestras instalaciones.



## 4.1 Códigos de Conducta de Dunn



- Registrar cada incidente de satisfacción de los visitantes.
- Tener la facultad de resolver un problema de insatisfacción de visitantes y prevenir que se repita.



# 4.1 Códigos de Conducta de Dunn



**Hacemos nuestras instalaciones limpias y seguras**

- Proporcionar un ambiente seguro para los visitantes y compañeros.
- Notificar al Administrador inmediatamente de situaciones peligrosas o lesiones.
- Proteger nuestros activos. Esta es la responsabilidad de todos.



# 4.1 Códigos de Conducta de Dunn



## Somos un equipo

- Creemos que nuestra atmósfera tiene que ser agradable e informal.
- Tomamos en serio nuestro trabajo, no a nosotros mismos. Creamos la diversión en nuestros papeles, lo que crea la diversión para nuestros visitantes.
- Nos comunicamos abiertamente; no promovemos barreras entre las personas.



## 5. Acciones a tomar



1. Reúnete con tu equipo de trabajo.
2. Comparte el Material recibido *La Sección de Bienvenida*, imprime, lean en grupo y genera un espacio para la reflexión.

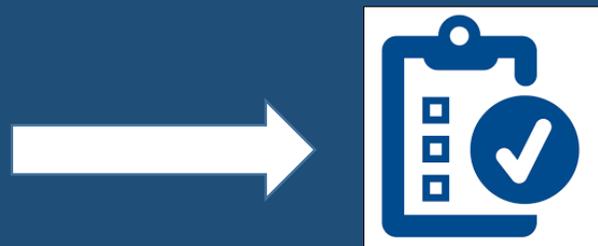


## 6. Preguntas por hacer

1. Recrea la Sección de Bienvenida con tu equipo en un Masivo, invita tus Promotores a tomar el lugar del visitante por un instante. Tu, Administrador, les mostraras nuevamente a todos cómo atender un Visitante y cada Promotor recibirá un formato de evaluación (Adjunto) para una retroalimentación.
2. Al finalizar, compartirán en grupo las observaciones de cada uno y discutirán ¿Cómo se aplican los Códigos de Dunn en nuestros CEF?



# Descarga el material



Material para el trabajo individual



# Retroalimentación

Comparte este material con tu equipo  
Actividad programada para 60 minutos

Completa y envía la lista de asistencia y el registro fotográfico

**No olvides enviar las evidencias**



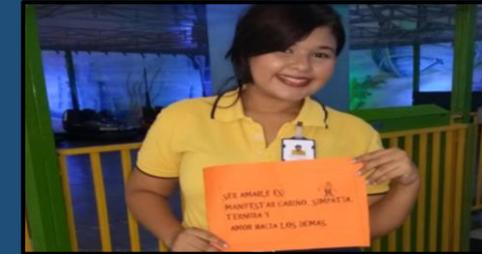
# Reto Happy



Soy Amable – HC Fundadores & HC Pereira



Soy Ordenado – HC Pitalito



Soy Amable – HC Plaza del Sol & HC Ocean Mall



Soy Ordenado – HC Calima



Soy Seguro – HC Nuestro Urabá



Cultura Happy – HC Aventura



# Reto Happy



Soy Proactivo – HC Santafé



Bienvenida Happy – HC Guatapurí



Cultura Happy – HC Mayorca



Cultura Happy – HC Alcaravan



Soy Proactivo – HC Florencia



Soy Comercial – HC Cosmocentro & Palmetto



# Reto Happy



Soy Comercial – Tesoro Encantado



Soy Amable - Cali



Cultura Happy – Nuestro Montería



Reto Happy – HC Cañaveral

Cultura Happy

Cultura Happy



[www.culturahappy.com](http://www.culturahappy.com)

Tus observaciones, dudas e iniciativas sobre Cultura Happy, siempre son bienvenidas:

[www.culturahappy.com/contactanos](http://www.culturahappy.com/contactanos)





## La sección de bienvenida II

*Resolver los problemas del visitante genera innovación  
Poniendo los CEF en marcha – El poder de la percepción*





**POCAS** cosas muy **Importantes** - Septiembre

